



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Peran

2.1.1 Pengertian Peran

Didalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, peran adalah sesuatu yang jadi bagian atau yang memegang pimpinan yang terutama. Peran adalah bentuk dari perilaku yang diharapkan dari seseorang pada situasi sosial tertentu. Bila yang diartikan dengan peran adalah perilaku yang diharapkan dari seseorang dalam suatu status tertentu, maka perilaku peran adalah perilaku yang sesungguhnya dari orang yang melakukan peran tersebut, hakekatnya peran juga dapat dirumuskan sebagai suatu rangkaian perilaku tertentu yang ditimbulkan oleh suatu jabatan tertentu.

Peranan (*role*) merupakan aspek dinamis dari kedudukan (*status*). Apabila seorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka hal itu berarti dia menjalankan suatu peran. Keduanya tidak dapat dipisahkan karena yang satu tergantung pada yang lain dan sebaliknya. Setiap orang mempunyai macam-macam peranan yang berasal dari pola-pola pergaulan hidupnya. Hal itu sekaligus berarti bahwa peranan

menentukan apa yang diperbuatnya bagi masyarakat serta kesempatan-kesempatan apa yang diberikan masyarakat kepadanya.

Dari beberapa pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa peran adalah suatu perilaku atau tindakan yang diharapkan oleh sekelompok orang dan/atau lingkungan untuk dilakukan oleh seseorang individu, kelompok, organisasi, badan atau lembaga yang karena status atau kedudukan yang dimiliki akan memberikan pengaruh pada sekelompok orang dan atau lingkungan tersebut.

Sedangkan menurut para ahli mendefinisikan sebagai berikut :

Menurut Riyadi (2002:138) menjelaskan bahwa :

Peran dapat diartikan sebagai orientasi dan konsep dari bagian yang dimainkan oleh suatu pihak dalam oposisi sosial. Dengan peran tersebut, sang pelaku baik itu individu maupun organisasi akan berperilaku sesuai harapan orang atau lingkungannya. Peran juga diartikan sebagai tuntutan yang diberikan secara struktural (norma-norma, harapan, tabu, tanggung jawab dan lainnya). Dimana didalamnya terdapat serangkaian tekanan dan kemudahan yang menghubungkan pembimbing dan mendukung fungsinya dalam mengorganisasi. Peran merupakan seperangkat perilaku dengan kelompok, baik kecil maupun besar, yang kesemuannya menjalankan berbagai peran.

Menurut Biddle dan Thomas dalam Sarwono (2013:224) mengemukakan bahwa :

Peran adalah serangkaian rumusan yang membatasi perilaku-perilaku yang diharapkan dari pemegang kedudukan tertentu.

Menurut Merton (dalam Raho 2007 : 67) mengatakan bahwa :

Peranan didefinisikan sebagai pola tingkah laku yang diharapkan masyarakat dari orang yang menduduki status tertentu. Sejumlah peran disebut sebagai perangkat peran (*role-set*). Dengan demikian perangkat peran adalah kelengkapan dari hubungan-hubungan berdasarkan peran yang dimiliki oleh orang karena menduduki status-status social khusus.

Levinson (dalam Soekanto 2009:213) mengatakan bahwa :

peranan mencakup tiga hal yaitu:

1. Peranan meliputi norma-norma yang dihubungkan dengan posisi atau tempat seseorang dalam masyarakat. Peranan dalam arti ini merupakan rangkaian peraturan-peraturan yang membimbing seseorang dalam kehidupan bermasyarakat.
2. Peranan merupakan suatu konsep tentang apa yang dapat dilakukan oleh individu dalam masyarakat sebagai organisasi.
3. Peranan juga dapat dikatakan sebagai perilaku individu yang penting bagi struktur sosial masyarakat

2.1.2 Jenis-jenis Peran

Peran atau role menurut Bruce J. Cohen, juga memiliki beberapa jenis, yaitu:

1. Peranan nyata (*Anacted Role*) yaitu suatu cara yang betul-betul dijalankan seseorang atau sekelompok orang dalam menjalankan suatu peran.
2. Peranan yang dianjurkan (*Prescribed Role*) yaitu cara yang diharapkan masyarakat dari kita dalam menjalankan peranan tertentu.

3. Konflik peranan (*Role Conflict*) yaitu suatu kondisi yang dialami seseorang yang menduduki suatu status atau lebih yang menuntut harapan dan tujuan peranan yang saling bertentangan satu sama lain.
4. Kesenjangan peranan (*Role Distance*) yaitu pelaksanaan peranan secara emosional.
5. Kegagalan peran (*Role Failure*) yaitu kegagalan seseorang dalam menjalankan peranan tertentu.
6. Model peranan (*Role Model*) yaitu seseorang yang tingkah lakunya kita contoh, tiru, diikuti.
7. Rangkaian atau lingkup peranan (*Role Set*) yaitu hubungan seseorang dengan individu lainnya pada dia sedang menjalankan perannya.

Dari berbagai jenis-jenis peran diatas, penulis menggunakan jenis peran nyata (*Enacted Role*) yaitu satu cara yang betul-betul dijalankan seseorang atau sekelompok orang dalam menjalankan peran. Disini penulis akan melakukan penelitian pada media sosial tentang peranannya dalam pencegahan Covid-19, dan dalam penelitian ini akan membahas tentang Peran Media Sosial Instagram dalam Pencegahan Corona Virus Disease 2019.

2.2 Fungsi

2.2.1 Pengertian Fungsi

Pengertian fungsi menurut Kamus Lengkap Bahasa Indonesia merupakan kegunaan suatu hal, daya guna serta pekerjaan yang dilakukan.

Definisi fungsi menurut Sutarto dalam Nining Haslinda Zainal (2008:22), yaitu Fungsi adalah rincian tugas yang sejenis atau erat hubungannya satu sama lain untuk dilakukan oleh seorang pegawai tertentu yang masing-masing berdasarkan sekelompok aktivitas sejenis menurut sifat atau pelaksanaannya.

Sedangkan pengertian singkat dari definisi fungsi menurut Moekijat dalam Nining Haslinda Zainal (2008:22), yaitu fungsi adalah sebagai suatu aspek khusus dari suatu tugas tertentu.

2.3 Peran dan Fungsi :

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Peran dan Fungsi adalah suatu sinonim atau persamaan kata.

2.4 Media Sosial

2.4.1 Pengertian Media Sosial

Menurut Van Dijk (2013) mengatakan bahwa “media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasimereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antarpengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial (Nasrullah, 2015: 11).

Media sosial adalah penerbitan online dan alat-alat komunikasi, situs, dan tujuan dari Web 2.0 yang berakar pada percakapan, keterlibatan, dan partisipasi (Gunelius, 2011: 10).

“Media” menurut *Association of Education and Communication Technology* (AECT) adalah segala bentuk dan saluran yang digunakan untuk menyalurkan pesan atau informasi. Kata media merupakan bentuk jamak dari kata medium yang secara harfiah mempunyai arti perantara atau pengantar. Media juga dapat diartikan sebagai alat atau sarana yang dipergunakan untuk menyampaikan pesan seseorang (komunikator) kepada orang lain (khalayak). Media biasanya bertujuan memfasilitasi komunikasi antartempat (jarak) tanpa harus disaksikan langsung secara fisik.

Sebelum tahun 1970-an, media didefinisikan berdasarkan sistem penyampaian. Ada media cetak yang menggunakan kertas sebagai medianya, contohnya seperti koran, majalah, dan buku. Ada yang menggunakan media elektronik dan melalui sinyal seperti radio dan TV. Ada yang menggunakan Disk untuk format gambar hidup seperti film dan musik. Media-media tersebut dibagi berdasarkan metode pengirimannya dan disusun dalam tipe-tipe perusahaan yang berbeda. Penerbit adalah sebutan untuk perusahaan yang membuat koran, majalah dan buku, sedangkan studio yang membuat tayangan berupa gambar dan rekaman untuk televisi dan radio.

Namun sejak munculnya internet yang dapat diakses melalui komputer maka muncul pula era media yang baru yang disebut media digital. Media digital

suara, dan video menggunakan teknologi komputer”. Saat ini, dengan internet kita dapat menyampaikan berbagai macam media (cetak, siara, film, dan rekaman). Perpanjangan dari munculnya media digital melalui internet adalah munculnya sebuah ruang baru dalam internet. Ruang tersebut memungkinkan setiap orang untuk dapat bersosialisasi di dalamnya. Ruang baru tersebut yang sekarang ini disebut dengan media sosial.

Definisi media sosial diperluas dikatakan bahwa media sosial adalah demokratisasi informasi, mengubah orang dari pembaca konten ke penerbit konten. Hal ini merupakan pergeseran dari mekanisme siaran yang berakar pada percakapan antara penulis, orang, dan teman sebaya. berdasarkan definisi tersebut diketahui unsur-unsur fundamental dari media sosial yaitu:

1. Media sosial melibatkan saluran sosial yang berbeda dan online menjadi saluran utama.
2. Media sosial berubah mengikuti jaman dari waktu ke waktu, artinya media sosial terus berkembang.
3. Media sosial adalah partisipatif “penonton” dianggap kreatif sehingga dapat memberikan komentar (Evans, 2008: 34).

Menurut Boyd (2009) menjelaskan media sosial media sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan *pada user-generated content* (UGC) di mana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di institusi media massa. (Nasrullah, 2017: 11).

Berikut beberapa pengertian Media Sosial menurut beberapa ahli:

1. Menurut Mandibergh (2012), media sosial adalah media yang mewadahi kerja sama di antara pengguna yang menghasilkan konten.
2. Menurut Shirky (2008), media sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi, bekerja sama di antara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada di luar kerangka instusional maupun organisasi.
3. Menurut Boyd (2009), media sosial dijelaskan sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain.
4. Menurut Van Dijk (2013), media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi, karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antarpengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.
5. Mike dan Young (2012) mengartikan media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi di antara individu dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.

Dari pengertian-pengertian di atas, penulis menyimpulkan bahwa media sosial adalah media yang memungkinkan penggunanya untuk saling melakukan aktivitas sosial secara virtual melalui jaringan internet.

2.4.2 Sejarah Perkembangan Media Sosial

Menurut Mulyati (2014:24) Revolusi Itulah yang terjadi dengan perkembangan media sosial (medsos). Makin cepat, beragam, unik, merambah beragam segmen dan berkarakteristik. Medsos tumbuh pesat berkat internet.

Tentang kelahiran internet sendiri tidak ada kesepakatan. Apakah lahir ketika adopsi TCP/IP ataukah ketika *World Wide Web* (WWW) muncul. Namun, momen monumental jaringan global tersebut terjadi pada 29 Oktober 1969 lalu. Pada tanggal 29 Oktober 1969, komputer SDS Sigma 7 milik *University of California Los Angeles* (UCLA) Amerika Serikat (AS) sukses mengirim pesan ke komputer SRI di Universitas Stanford yang jauhnya 560 km.

Pesan yang bersejarah itu dikirim oleh peneliti UCLA Bill Duvall kepada rekannya di Stanford, Charley Kline sekitar pukul 22.30 waktu setempat. Pesan berupa teks itu dikirim via jaringan *packet switching Advanced Research Project Agency NET* (ARPANET), yang dalam perkembangannya menjadi cikal bakal dari tulang punggung jaringan internet modern bersama TCP/IP.

Dari sukses pengiriman kata “Login” itu, internet yang awalnya menghubungkan beberapa kampus di AS, kelak berubah menjadi jaringan global. Dalam kurun 45 tahun internet berevolusi sehingga menghubungkan jutaan komputer dengan beragam jenis konten, mulai dari data, musik, gambar, hingga file video beresolusi tinggi dengan kecepatan tinggi pula. Asosiasi profesional teknologi dari *Institute of Electrical and Electronics Engineers* (IEEE) dalam sebuah plakat menyatakan UCLA sebagai tempat lahir internet.

Pada tahun 1969 tercatat pula lahirnya *CompuServe* yang merupakan internet *service provider* komersil pertama untuk publik di Amerika Serikat. Teknologi yang digunakan dikenal dengan sebutan *dial-up* dan terus banyak digunakan sampai pertengahan tahun 1990-an.

Embrio medsos sendiri bermula pada era 70-an, tepatnya tahun 1978, saat sistem papan buletin atau *bulletin board system* (BBS) ditemukan oleh Ward Christensen dan Randy Suess yang merupakan pecinta dunia komputer.

Sistem papan ini memungkinkan pengguna (user) untuk bisa berhubungan dengan orang lain memakai surat elektronik atau pun mengunggah dan mengunduh melalui perangkat lunak yang tersedia saat itu. Ini merupakan awal sebuah komunitas virtual dalam lingkup terbatas. Kala itu konektivitas internet berlangsung menggunakan saluran telepon yang terhubung dengan modem.

Pada tahun 1993 lahir *World Wide Web* di internet dengan *browser grafis* pertama, *mosaic*, dan halaman web seperti dikenal saat ini oleh *National Center for Supercomputing Applications* (NCSA) yang ada di *University Illinois Urbana Champaign*. Terobosan dalam teknologi komunikasi dan informasi ini ikut mengubah wajah dunia melalui kemampuan untuk menyuarakan opini dan mengakses beragam informasi yang ada.

Perubahan mendasar terjadi pada tahun 1995 ketika situs *GeoCities* muncul. *GeoCities* melayani web hosting, kegunaannya untuk melayani penyewaan

penyimpanan data-data *website* agar *website* tersebut dapat diakses dari manapun. Bisa dikatakan, *GeoCities* adalah tonggak awal lahirnya *website-website* lain.

Pada tahun 1995 muncul situs *Classmates.com* yang merupakan situs jejaring sosial terbatas pada lingkungan orang-orang tertentu saja. Dua tahun kemudian situs *Sixdegree.com* lahir. Situs ini dinilai sebagai kelahiran dari sistem jejaring sosial pertama, karena lebih menawarkan sebuah situs jejaring sosial ketimbang *Classmates.com*. Situs ini memiliki aplikasi untuk membuat profil, menambah teman, dan mengirim pesan.

Pada tahun 1998 *Google* muncul sebagai mesin pencari utama di internet dan memunculkan tampilan indeks. Laju perkembangan jejaring sosial begitu evolutif. Tahun 1999 muncul situs yang dapat digunakan untuk membuat blog pribadi, yaitu Blogger. Situs ini memberi peluang kepada penggunanya untuk dapat membuat halaman situs sendiri.

Dengan demikian pengguna Blogger bisa memuat halaman blognya dengan berbagai informasi, seperti hal atau pengalaman bersifat pribadi dan ide, kritik serta pendapatnya mengenai suatu topik persoalan yang sedang hangat.

Blogger inilah karena konten-kontennya yang di kemudian hari disebut-sebut sebagai tonggak penting perkembangan medsos. Pada tahun 2000 tercatat lahir sejumlah situs sosial dengan corak tersendiri seperti *Lunarstorm*, *Live Journal*, *Cyword* yang fungsinya sekadar memperluas informasi secara searah. Domain dot

com menjadi populer, di mana saat itu 70 juta komputer terhubung ke internet. Kepentingan para pebisnis pun muncul di situs jejaring dengan munculnya *Ryze.com* pada tahun 2001. Situs ini bertujuan untuk memperluas dan memperbesar jejaring bisnis. Beragam kepentingan yang lebih spesifik makin bermunculan dalam situs.

Kemudian pada tahun 2001, Wikipedia, sebuah *ensiklopedia online* dan wiki terbesar di dunia muncul. Berikutnya pada 2002, muncul *Friendster* sebagai situs anak muda pertama yang semula disediakan untuk tempat pencarian jodoh. Konektivitas dalam jaringan maya menjadi awal untuk kemudian dapat disusul dengan temu darat. Oleh karena itu, situs ini lebih diminati anak muda untuk saling berkenalan. Friendster mengalami booming dan kehadirannya begitu fenomenal.

Bak jamur yang tumbuh di musim hujan, dalam waktu singkat bermunculan situs sosial interaktif lain menyusul *Friendster*. Seakan *Friendster* tidak dibiarkan eksis sendirian dalam jangka waktu lama, karena sejak 2003 terus bermunculan berbagai medsos dengan seabrek keunggulan, keunikan, karakteristik dan segmentasi yang beragam. LinkedIn yang lahir tahun 2003, muncul semata-mata tidak hanya untuk bersosialisasi saja. Situs ini juga bermanfaat untuk bertukar informasi mengenai pekerjaan atau mencari pekerjaan, sehingga fungsi medsos makin berkembang.

Tahun 2003 lahir pula *MySpace*. Kemudahan dalam penggunaan ditawarkan oleh *MySpace*, sehingga situs jejaring sosial ini bisa dikatakan begitu mudah

digunakan atau *user friendly*. Hingga akhir tahun 2005, *Friendster* dan *MySpace* merupakan situs jejaring sosial yang paling diminati.

Pada tahun 2004 *Facebook* lahir. Situs jejaring sosial ini sampai kini masuk dalam jajaran lima besar yang paling dikenal karena memiliki banyak anggota. Memasuki tahun 2006, penggunaan *Friendster* dan *MySpace* mulai tergeser dengan adanya *Facebook*. Situs ini dengan corak tampilan yang lebih modern memungkinkan orang untuk berkenalan dan mengakses informasi seluas-luasnya.

Tahun 2006 Twitter lahir. Kemunculan Twitter menambah jumlah situs sosial bagi kaum muda. Pengguna Twitter hanya bisa meng-update status yang bernama tweet atau kicauan, dan dibatasi hanya 140 karakter saja. Twitter menggunakan sistem mengikuti-tidak mengikuti (*follow unfollow*), di mana seseorang dapat melihat status terbaru dari orang yang diikuti (*follow*).

Pada 2007 Wiser lahir. Situs jejaring sosial ini meluncur bertepatan dengan peringatan Hari Bumi (22 April) 2007, dengan tujuan menjadi sebuah direktori online organisasi lingkungan seluruh dunia termasuk gerakan pro lingkungan hidup yang dilakukan individu, organisasi dan kelompok.

Tidak mau ketinggalan oleh situs jejaring sosial yang lebih dulu eksis, Google pada tahun 2011 mengeluarkan Google+. Situs jejaring sosial ini di awal peluncurannya hanya terbatas pada orang yang telah di *invite* oleh Google. Akan tetapi tidak lama kemudian, Google+ diluncurkan secara umum.

Tahun 2012 muncul Ketiker. Situs untuk semua usia ini menambah daftar panjang situs-situs jejaring sosial. Situs web ini lebih menawarkan jejaring sosial berupa mikroblog yang memberi peluang bagi penggunanya untuk mengirim dan membaca pesan secara leluasa.

Belakangan, kemunculan Line, We Chat, Kakao Talk dan yang lainnya terus menambah panjang daftar situs-situs jejaring sosial yang sudah ada. Hal itu ditopang oleh kemajuan perangkat gadget, teknologi informasi dan kecepatan jaringan internet yang makin pesat.

2.4.3 Karakteristik Media Sosial

Ada ciri khusus yang hanya dimiliki oleh media sosial dibanding media lainnya. Salah satunya adalah media sosial beranjak dari pemahaman bagaimana media tersebut digunakan sebagai sarana sosial di dunia virtual. Adapun karakteristik media sosial, yaitu:

1. Jaringan (*Network*) Antar pengguna

Media sosial memiliki karakter jaringan sosial. Media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk di dalam jaringan atau internet. Jaringan yang terbentuk antarpengguna merupakan jaringan yang secara teknologi dimediasi oleh perangkat teknologi, seperti komputer, telepon genggam atau tablet.

Karakter media sosial adalah membentuk jaringan di antara penggunanya. Tidak peduli apakah di dunia nyata (*offline*) antarpengguna itu saling kenal atau tidak, namun kehadiran media sosial memberikan medium bagi pengguna untuk terhubung secara mekanisme teknologi.

2. Informasi

Informasi menjadi entitas yang penting dari media sosial. Sebab tidak seperti media-media lainnya di internet, pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Bahkan informasi menjadi semacam komoditas.

Di media sosial, informasi menjadi komoditas yang dikonsumsi oleh pengguna. Komoditas tersebut pada dasarnya merupakan komoditas yang diproduksi dan didistribusikan antarpengguna itu sendiri.

Dari kegiatan konsumsi inilah pengguna dan pengguna lain membentuk sebuah jaringan yang pada akhirnya secara sadar atau tidak bermuara pada institusi masyarakat berjejaring (*network society*)

3. Arsip

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa menjadi akses kapan pun dan melalui perangkat apapun.

Setiap informasi apa pun yang diunggah di Facebook sebagai contoh, informasi itu tidak hilang begitu saja saat pergantian hari, bulan, sampai tahun. Informasi itu akan terus tersimpan dan bahkan dengan mudahnya bisa diakses.

4. Interaksi

Secara sederhana interaksi yang terjadi di media sosial minimal berbentuk saling mengomentari atau memberikan tanda, seperti jempol di Facebook atau hati di Instagram. Interaksi dalam kajian media merupakan salah satu pembeda antara media lama (*old media*) dengan media baru (*new media*).

5. Simulasi Sosial

Media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat (*society*) di dunia virtual. Pengguna media sosial bisa dikatakan sebagai warga negara digital yang berlandaskan keterbukaan tanpa adanya batasan-batasan. Layaknya masyarakat atau Negara, di media sosial juga terdapat aturan dan etika yang mengikat penggunanya.

Media sosial tidak lagi menampilkan realitas, tetapi sudah menjadi realitas tersendiri, bahkan apa yang ada di media sosial lebih nyata (*real*) dari realitas itu sendiri.

6. Konten oleh pengguna

Karakteristik media sosial lainnya adalah konten oleh pengguna atau lebih populer disebut dengan *user generated content* (UGC). Konten oleh pengguna ini adalah sebagai penanda bahwa di media sosial khalayak tidak hanya memproduksi konten, tetapi juga mengonsumsi konten yang diproduksi oleh orang lain.

Konten ini adalah format baru dari budaya interaksi dimana para pengguna dalam waktu yang bersamaan berlaku sebagai produser pada satu sisi dan sebagai konsumen dari konten yang dihasilkan di ruang online pada lain sisi.

7. Penyebaran (*Share*)

Penyebaran atau *sharing* merupakan karakter lainnya dari media sosial. *Sharing* merupakan ciri khas dari media sosial yang menunjukkan bahwa khalayak aktif menyebarkan konten sekaligus mengembangkannya. Maksud dari pengembangan ini misalnya, komentar yang tidak sekadar opini, tetapi juga data atas fakta terbaru. Di media sosial konten tidak hanya diproduksi oleh khalayak pengguna, tetapi juga didistribusikan secara manual oleh pengguna lain.

2.4.4 Jenis-Jenis Media Sosial

Pembagian jenis media sosial ke dalam kategori merupakan upaya untuk melihat bagaimana jenis dari media sosial itu sendiri. Dari banyaknya media sosial yang beredar, setidaknya ada 6 kategori besar untuk melihat pembagian media sosial, yaitu:

1. Jejaring sosial (*Social Networking*)

Social networking atau jaringan sosial merupakan medium yang paling populer dalam kategori media sosial. Medium ini merupakan sarana yang bisa digunakan pengguna untuk melakukan hubungan sosial, termasuk konsekuensi atau efek dari hubungan sosial tersebut, di dunia virtual. Medium ini memungkinkan pengguna untuk berinteraksi satu sama lain.

Interaksi terjadi tidak hanya pada pesan teks tetapi juga termasuk foto dan video yang mungkin menarik perhatian pengguna lain. Semua posting (publikasi) merupakan real time, memungkinkan anggota untuk berbagi informasi seperti apa yang sedang terjadi.

Contoh dari medium ini adalah facebook yang bisa digunakan untuk memublikasikan konten seperti profil, aktivitas, atau bahkan pendapat pengguna, juga sebagai media yang memberikan ruang bagi komunikasi dan interaksi dalam jejaring sosial di ruang *cyber*.

2. Blog

Blog merupakan media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk mengunggah aktivitas keseharian, saling mengomentari, dan berbagi, baik tautan web lain, informasi, dan sebagainya.

Pada awalnya, blog merupakan suatu bentuk situs web pribadi yang berisi kumpulan tautan ke situs lain yang dianggap menarik dan diperbarui setiap harinya, pada perkembangan selanjutnya blog memuat banyak jurnal (tulisan keseharian pribadi) pemilik media dan terdapat kolom komentar yang bisa diisi oleh pengunjung.

Blog juga menawarkan alamat web pribadi, ruang web gratis, dan sistem manajemen konten yang memungkinkan untuk membuat, menerbitkan, dan berbagi konten secara harfiah bebas dari biaya.

3. Mini Blog (*Microblogging*)

Tidak berbeda dengan blog, *microblogging* merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan memublikasikan aktivitas serta pendapatnya. Secara historis, kehadiran jenis media sosial ini merujuk pada munculnya twitter yang hanya menyediakan ruang tertentu atau maksimal 140 karakter saja.

Sama seperti media sosial lainnya, di twitter pengguna bisa menjalin jaringan dengan pengguna lain, menyebarkan informasi, mempromosikan

pendapat/pandangan pengguna lain, sampai membahas isu terhangat (*trending topic*) saat itu juga dan menjadi bagian dari isu tersebut dengan turut berkicau (*tweet*) menggunakan tagar (*hashtag*) tertentu.

4. Media Sharing

Media sharing atau situs berbagi media merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi penggunaanya untuk berbagi media mulai dari dokumen (file), video, audio, gambar, dan sebagainya.

Kebanyakan dari media sosial jenis ini adalah gratisan meskipun beberapa juga mengenakan biaya keanggotaan, berdasarkan fitur dan layanan yang mereka berikan. Beberapa contoh dari media berbagi ini adalah *youtube*, *flickr*, dan *snafish*.

5. Penanda Sosial (*Social Bookmarking*)

Penanda sosial atau social bookmarking merupakan media sosial yang bekerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan mencari informasi atau berita tertentu secara online. 28 Informasi yang diberikan di media sosial ini bukanlah informasi yang utuh.

Artinya, pengguna hanya disediakan informasi bisa teks, foto, atau video singkat sebagai pengantar yang kemudian pengguna akan diarahkan pada tautan sumber informasi itu berada. Beberapa situs *social*

bookmarking yang populer adalah *delicious.com*, *digg.com*, dan *lintasme.com*

6. Wiki

Media sosial wiki adalah media konten bersama. Disebut media konten bersama karena media sosial ini merupakan situs yang kontennya hasil kolaborasi dari para penggunanya. Mirip dengan kamus atau ensiklopedia, wiki menghadirkan kepada pengguna pengertian, sejarah, hingga rujukan buku atau tautan tentang satu suku kata.

Penjelasan-penjelasan tersebut dikerjakan oleh pengunjung. Artinya, ada kolaborasi atau kerja bersama dari semua pengunjung untuk mengisi konten dalam situs ini. Kata “wiki” merujuk pada media sosial Wikipedia yang populer sebagai media kolaborasi konten bersama.

7. Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi media sosial yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto dan video, menerapkan filter digital (pemberian efek pada foto) dan membagikannya ke berbagai media sosial termasuk instagram itu sendiri. Foto atau video yang dibagikan nantinya akan terpampang di feed pengguna lain yang menjadi *follower* Anda.

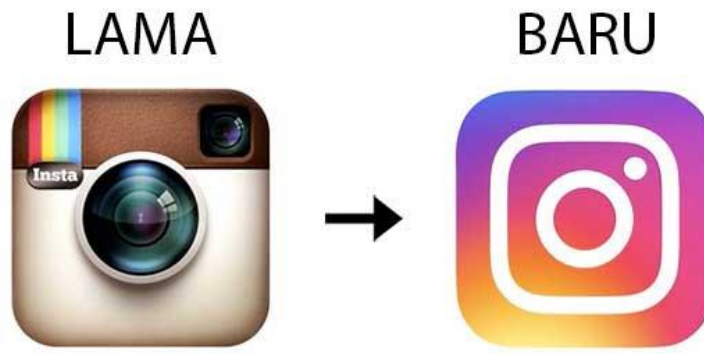
Sistem pertemanan di Instagram menggunakan istilah *following* dan *follower* seperti di twitter. *Following* berarti Anda mengikuti pengguna,

sedangkan follower berarti pengguna lain yang mengikuti Anda. Selanjutnya setiap pengguna dapat berinteraksi dengan cara memberikan komentar dan memberikan respon suka terhadap foto yang dibagikan.

Instagram berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata "insta" berasal dari kata "instan", seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan "foto instan". Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata "gram" berasal dari kata "telegram" yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat.

Sama halnya dengan Instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan Internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah Instagram merupakan gabungan dari kata instan dan telegram.

Pada tanggal 9 April 2012, diumumkan bahwa *Facebook* setuju mengambil alih Instagram dengan nilai hampir \$1 miliar dalam bentuk tunai dan saham. Pada tanggal 11 Mei 2016, Instagram memperkenalkan tampilan baru sekaligus ikon baru dan desain aplikasi baru. Terinspirasi oleh ikon aplikasi sebelumnya, ikon baru merupakan kamera sederhana dan pelangi hidup dalam bentuk gradien.



Gambar 2.1 Logo Instagram dulu dan sekarang

Beberapa fitur-fitur yang ada di Instagram adalah:

1. Kamera

Fitur kamera memungkinkan pengguna instagram tidak hanya bisa mengunggah foto dari galeri. Tetapi dapat juga langsung membidik atau merekam momen dari dalam aplikasi kemudian mengedit, memberi caption baru membagikannya.

2. Editor

Editor adalah fitur yang memungkinkan pengguna untuk memoles foto yang di jepret lewat kamera perangkatnya. Di sini akan dijumpai 10 *tool editor* tingkat lanjut untuk mengatur kembali

pencahayaannya, kontras dan saturasi semudah menggerakkan jemari tangan.

Update terbaru Instagram tidak lagi mengharuskan foto berwujud kotak, tapi sudah mendukung pilihan *portrait* dan juga *landscape*. Memberikan keleluasaan kepada pengguna saat ingin membagikan foto dengan sudut tangkapan lensa yang lebih lebar.

3. *Tag dan Hashtag*

Fitur ini sebagaimana jejaring sosial pada umumnya memiliki fungsi untuk menandai teman atau mengelompokkan foto dalam satu label.

4. *Caption*

Caption berfungsi layaknya deskripsi, di sinilah pengguna bisa memberikan sepatah dua patah kata soal foto yang diunggah. Di samping tentunya menambahkan hashtag.

5. Integrasi ke media sosial

Instagram juga memungkinkan penggunanya untuk berbagi foto atau video ke jejaring sosial lain seperti Facebook, Twitter, Tumblr dan Flickr. Bila tool ini diaktifkan maka setiap kali foto dibagikan, secara otomatis Instagram juga akan membagikannya ke jejaring sosial yang sudah terhubung.

6. *Instastory*

Instastory adalah fitur terbaru dari Instagram, yang mengambil format snapchat dimana unggahan hanya akan bertahan selama 1 hari dengan durasi maksimal 15 detik.

7. *Explore*

Fitur yang menampilkan konten yang dilihat following atau follower pengguna. Sebagai sebuah media sosial yang digunakan oleh khalayak ramai, tentunya Instagram memiliki beberapa kelebihan dan kekurangan. Berikut penjabaran kelebihan dan kekurangan Instagram.

Kelebihan Instagram:

1) Mudah digunakan

Kemudahan yang ditawarkan Instagram menjadikannya media yang cepat menarik minat masyarakat untuk menggunakannya. Memposting foto atau video, *memfollow*, mengomentari, memberi *like*, hingga *searching* sesuai *hashtag* pun bisa dilakukan dengan sangat praktis.

2) Media utama berupa foto

Menjadi media sosial yang unggul pada hal posting melalui foto, membentuk media ini menyampaikan tampilan serta kualitas

foto yang baik. Visual yang menjadi daya tarik utama Instagram untuk digunakan.

3) Koneksi dengan media sosial yang lain

Kelebihan Instagram yang memberikan koneksi dengan beberapa sosial media membentuk kemudahan tersendiri untuk para penggunanya. Jadi anda dapat menghemat ketika karena tidak perlu melakukan posting berkali-kali pada media sosial lain.

Kelemahan Instagram:

1) *Spamming*

Kemudahan yang diberikan Instagram dalam hal berinteraksi, membentuk sosial media ini sangat rawan *spamming*. Umumnya *spamming* banyak terlihat pada bagian komentar.

Namun bisa diatasi menggunakan memberlakukan *private* di akun kita agar tidak sembarang orang bisa berkomentar di postingan.

2) Tidak adanya penyaring konten

Dengan kemudahan yang diberikan Instagram membuat siapa saja bisa memiliki akun Instagram. Hal tersebut tentunya

menjadikan Instragam sangat mudah dimasuki orang-orang yang ingin menyebarkan konten-konten yang buruk.

2.4.5 Fungsi Media Sosial

Denis McQuail meringkaskan fungsi komunikasi massa sebagai berikut
McQuail (Nurudin. 2022:32) :

- 
- The logo of Universitas Gunung Jati is a large, faint watermark in the background. It is a shield-shaped emblem. At the top, a yellow sun with rays is positioned above a green mountain. Below the mountain are blue wavy lines representing water. At the bottom of the shield is an open book. A golden laurel wreath curves around the right side of the shield. The words "UNIVERSITAS" and "GUNUNG JATI" are written in a circular path around the central elements.
1. Informasi
 - a. Inovasi
 - b. Adaptasi
 - c. Kemajuan
 2. Korelasi
 - a. Menjelaskan,
 - b. Menafsirkan
 - c. Mengomentari makna peristiwa dan informasi
 - d. Menunjang otoritas dan norma-norma yang mapan
 - e. Mengkoordinasi beberapa kegiatan
 - f. Membentuk kesepakatan

3. Kesenambungan

- a. Mengekspresikan budaya dominan dan mengakui keberadaan-kebudayaan, khusus (subculture) serta perkembangan budaya baru.
- b. Meningkatkan dan melestarikan nilai-nilai.

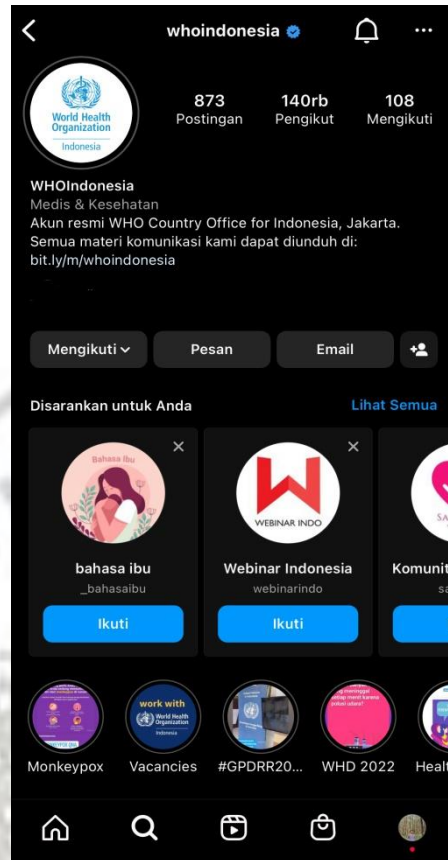
4. Hiburan

- a. Menyediakan hiburan
- b. Pengalihan perhatian
- c. Sarana relaksasi
- d. Meredakan ketegangan sosial

5. Mobilisasi

Mengkampanyekan tujuan masyarakat





Gambar 2.2 Profil Instagram WHO Indonesia

2.4.6 Media Sosial Instagram @whoindonesia

World Health Organization atau biasa disebut WHO adalah organisasi internasional yang didirikan pada tanggal 7 April 1948 yang bermarkas di Jenewa, Swiss. WHO adalah organisasi internasional di bawah Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) yang mempunyai tanggungjawab untuk memberikan arah dan kebijakan dalam penanganan kesehatan masyarakat dunia.

WHO terdiri atas Lembaga Perwakilan atau The World Health Assembly dan Badan Eksekutif atau Executive Board. Lembaga perwakilan beranggotakan 193 negara dan badan eksekutif WHO terdiri atas 34 orang yang dipilih setiap tiga tahun sekali.

Badan eksekutif terdiri dari orang-orang yang memiliki keahlian khusus dalam bidang kesehatan, sedangkan lembaga perwakilan yang menentukan siapa yang akan menjadi Direktur Jenderal, merencanakan anggaran organisasi, dan membahas laporan badan eksekutif WHO.

WHO memiliki tujuan untuk mencapai kesehatan maksimal bagi seluruh masyarakat dunia, untuk mencapai tujuannya, WHO aktif melakukan tugas-tugas yang diantaranya sebagai berikut, bertugas menanggulangi kesehatan dengan cara membantu melakukan pembatasan terhadap penyakit-penyakit menular, memberikan bantuan kesehatan kepada negara-negara yang membutuhkan, membantu meningkatkan kesejahteraan dan kesehatan ibu dan anak, serta mendorong dan membantu pelaksanaan penelitian-penelitian dalam bidang kesehatan.

Menurut deklarasi WHO 1948, WHO memiliki fungsi yang di antaranya adalah sebagai berikut, bertindak, mengarahkan dan mengkoordinir kewenangan otoritas dalam upaya kesehatan

internasional, membantu pemerintah dalam meningkatkan pelayanan kesehatan, berkerjasama dengan badan-badan khusus lain jika perlu, untuk mencegah terjadinya kerugian nyata terkait dengan kesehatan masyarakat dunia, membantu perkembangan kesehatan mental, terutama yang mempengaruhi keselarasan hubungan antarmanusia, dan mempromosikan dan melakukan riset dalam bidang kesehatan.

Indonesia mempunyai tuntutan perubahan dalam tingkat global untuk memajukan ketatakelolaan yang baik di semua sektor, termasuk sektor kesehatan. Tuntutan ini tidak hanya dimiliki oleh Indonesia secara khusus, namun seluruh negara-negara dunia. WHO sebagai organisasi internasional juga dituntut untuk menerapkan mekanisme kerjasama yang mengedepankan transparansi, adil, dan setara.

Pada 23 Mei 1950, Indonesia resmi menjadi anggota WHO hingga saat ini. Dalam kurun waktu 68 tahun sejak Indonesia resmi menjadi anggota WHO, WHO banyak memberikan dukungan program kesehatan di Indonesia, khususnya dalam meningkatkan kapasitas institusi maupun individu guna mendukung kebijakan kesehatan tingkat nasional maupun komitmen global.

Mengikuti perkembangan jaman, WHO Indonesia juga memiliki website dan beberapa media sosial seperti Instagram, yang diberi nama @whoindonesia. Didalam nya banyak sekali informasi-

informasi mengenai kesehatan terutama di Indonesia, beberapa diantaranya seperti HIV/AIDS, Monkeypox, dan postingan informasi yang sering diunggah yaitu *Corona Virus Disease 2019*

2.4.7 Hambatan Dalam Menyampaikan Informasi di Media Sosial

Teknologi komunikasi dan informasi berkembang mengikuti perkembangan zaman dengan adanya beragam media termasuk media online. Kemudahan serta efisiensi yang ditawarkan media online dalam penggunaannya menjadikan media ini menjadi wadah penyebaran informasi yang sangat berpengaruh pada masyarakat.

Media online tidak hanya mengubah cara penyampaian informasi tetapi juga mengubah cara masyarakat mengonsumsi informasi tersebut. Saat ini penyebaran informasi atau berita melalui media online tidak hanya dilakukan oleh situs berita yang sudah dikenal oleh masyarakat, namun oleh siapa saja pengguna internet dapat berperan dalam penyebaran suatu informasi. Sayangnya banyak informasi atau berita tersebar secara independen, secara kelompok atau organisasi yang tidak dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya atau terindikasi hoaks (Suryani, 2013 39-45).

Hoaks adalah sebuah fenomena yang tersebar melalui informasi yang tersebar luas tanpa ada lesensi pertanggungjawabannya, tidak adanya lesensi itu karena belum ada bukti kuat terjadinya suatu fenomena tersebut. Membedakan berita yang fakta dan tidak sangatlah sulit karena semua orang berlomba untuk mengirimkan informasi tersebut supaya dianggap orang yang pertama memviralkan (Yunita, 2017 01).

Media menjadi arus utama dan terpercaya sebagai media tetapi tidak menutup kemungkinan terhindar dari penyebaran hoaks (Hasil Survey Wabah HOAKS Nasional 2017).

Media berfungsi sebagai arus utama dalam penyebaran berita hoaks, yang terinci sebagai berikut; Radio, 1,20%, media cetak 5% dan televisi 8,70%. Tidak hanya sebagai arus utama media, tetapi hoaks sangat banyak beredar di masyarakat melalui media online.

Hasil penelitian Mastel mengungkapkan bahwa saluran yang paling sering dilakukan untuk penyebaran hoaks adalah situs web dengan persentase 34,90%, media chatting dengan presentase 62,80%, dan media sosial dengan presentase 92,40% . Dari data yang dipaparkan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika sebanyak 800 ribu situs di Indonesia sudah terdeteksi sebagai penyalur berita hoaks dan ujaran kebencian (Hasil Survey Wabah HOAKS Nasional 2017).

Fenomena hoaks di Indonesia ini dipandang menimbulkan beragam masalah. Kemunculannya semakin banyak pada saat Dewan Pers Indonesia menilai hoaks telah memasuki tahap serius. Apalagi hoaks memiliki rentang yang sangat luas, mulai dari yang satir untuk menyindir sampai yang dipublikasikan melalui berbagai channel informasi. Mulanya masyarakat mencari suatu fakta melalui media mainstream, tetapi saat ini hoaks telah

masuk ke dalam lingkup lain di media sosial dan teradopsi secara bebas di media mainstream tanpa ada sebuah pengamatan.

Masyarakat saat ini, baik generasi milenial maupun generasi sebelumnya yang sudah ‘melek’ digital banyak berinteraksi dengan jejaring internet, seperti jejaring sosial (*social networking*), surat elektronik (*e-mail*), bank internet (*e-banking*), maupun buku internet (*e-book*) yang dianggap lebih simpel, praktis dan ekonomis.

Hampir semua bidang kehidupan tidak terlepas dari internet. Pendapat ini sesuai dengan penelitian R.F Rahman dalam review buku yang berjudul “Menelaah Riuh Budaya Masyarakat di Dunia Maya”. Internet dipandang sebagai dunia dalam bentuk lain (maya) karena hampir seluruh aspek kehidupan di dunia nyata ada di internet, misalnya, bisnis, hiburan, olahraga, politik, dan lain sebagainya (Rachman, 2017 131).

Kata hoaks itu sangat populer dalam media sosial yang bisa memberikan suatu dampak yang menimbulkan keprihatinan kepada masyarakat. Telah banyak upaya dan usaha yang dilakukan oleh pemerintah dalam memerangi tersebarannya berita hoaks, akan tetapi berbagai masalah hoaks seakan tetap menjadi pertikaian antarsuku, agama, dan ras, seperti yang terjadi saat ini misalnya pertikaian antara etnis Jawa dan Papua yang dipicu karena adanya berita yang tidak benar dan belum dilakukannya olah lapangan tentang kejadian yang sebenarnya sehingga menjadikan kedua belah pihak terpisah, bahkan terpecah-belah.

Berita hoaks dapat menghasilkan utilitas untuk beberapa konsumen, tetapi juga membebankan biaya pribadi dan sosial dengan mempersulit konsumen untuk menyimpulkan keadaan dunia yang sebenarnya misalnya, dengan mempersulit pemilih untuk menyimpulkan calon pemilih mana yang mereka sukai (Allcott & Gentzkow, 2017 211-236).

Kelompok manusia yang memanfaatkan hoaks tidak segan dengan hanya berkampanye negatif tapi juga berkampanye hitam. Secara legal, kampanye negatif tidak dilarang karena bertujuan menginformasi ke masyarakat tentang sisi kekurangan dari para kandidat. Selanjutnya, hoaks juga berpotensi menghambat pembangunan. Pembangunan disini, bukan hanya pembangunan secara fisik (infrastruktur) namun juga pembangunan secara non fisik, seperti: pengembangan sumber daya manusia baik secara skill maupun intelektual, kesejahteraan masyarakat hingga keadilan sosial bagi seluruh masyarakat.

2.5 Faktor Pendukung dan Penghambat Instagram @whoindonesia dalam Menyampaikan Informasi Pencegahan Covid-19

2.5.1 Faktor Pendukung Instagram @whoindonesia dalam Menyampaikan Informasi Pencegahan Covid-19

Aplikasi Instagram merupakan salah satu aplikasi gratis dan populer di Indonesia yang dapat diunduh oleh semua orang, banyak sekali fitur-fitur

yang diberikan oleh Instagram seperti *direct messeage*, *story upload foto/video* dan masih banyak lagi. Instagram aplikasi yang mudah dan cepat dalam penyebaran informasi, dan sasaran penyampaian informasi lebih luas, terlebih dalam penyebaran informasi mengenai Covid-19, akun Instagram WHO Indonesia turut mengunggah informasi-informasi yang cukup lengkap mengenai Covid-19. Selain lengkap @whoindonesia juga mengemas informasi mengenai Covid-19 dengan *template* yang beraneka ragam sehingga membuat pembaca tidak merasa bosan dan nyaman tentunya lebih kekinian.

2.5.2 Faktor Penghambat Instagram @whoindonesia dalam Menyampaikan Informasi Pencegahan Covid-19

Banyak sekali akun-akun di Instagram yang tidak bertanggung jawab memposting informasi hoaks mengenai Covid-19 dan dibagikan oleh pengikutnya yang tidak tahu jika informasi tersebut hoaks hingga akhirnya tersebar kemana-mana. Akun Instagram @whoindonesia sudah mewanti-wanti dengan memposting informasi bagaimana cara pencegahan infodemik/hoaks.

2.6 **Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)**

Corona Virus Disease 2019 atau yang biasa disingkat Covid-19 adalah penyakit menular yang disebabkan oleh SARS-Cov-2, salah satu jenis koronavirus. Penderita Covid-19 dapat mengalami demam, batuk kering, dan kesulitan bernafas. Orang yang terinfeksi memiliki gejala ringan seperti demam, batuk, dan kesulitan bernafas. Gejala dapat berkembang menjadi pneumonia berat. virus ini disebarkan oleh hewan dan mampu menjangkit dari satu spesies ke spesies lainnya, termasuk manusia. Diketahui virus Corona berasal dari Kota Wuhan di China dan muncul pada Desember 2019.

Infeksi menyebar dari satu orang ke orang lain melalui percikan (*droplet*) dari saluran pernapasan yang sering dihasilkan saat batuk atau bersin. Jarak jangkauan droplet biasanya hingga 1 meter. *Droplet* bisa menempel di benda, namun tidak akan bertahan lama di udara. Waktu dari paparan virus hingga timbulnya gejala klinis antara 1-14 hari dengan rata-rata 5 hari. Maka, orang yang sedang sakit diwajibkan memakai masker guna meminimalisir penyebaran *droplet*.

2.6.1 **Macam-macam Varian Covid-19**

Dari beragam varian Covid-19, beberapa di antaranya telah masuk ke Indonesia. Dilansir dari situs Kementerian Kesehatan, pada Mei 2021

terdapat tiga varian Covid-19, yakni Alpha, Beta, dan Delta. Ditambah kehadiran varian baru *Omicron* yang masuk ke Indonesia pada Desember lalu, total ada empat varian yang telah masuk ke Indonesia.

Perbedaan keempat varian tersebut dapat terlihat dari tempat terdeteksinya, gejalanya, dan tingkat penularannya. Keempat varian ini masuk ke Indonesia pada 2021 di beberapa wilayah. Sedangkan gejalanya hampir sama, yaitu batuk, demam, sakit kepala, sakit tenggorokan, nyeri otot, dan *anosmia* (penciuman hilang). Namun, dari keempat varian tersebut, yang berisiko terberat adalah Delta dan yang bergejala ringan *Omicron*. Dari sisi tingkat penularannya, *Omicron* tergolong varian yang paling cepat, sekitar 500% dibanding Delta. Sedangkan varian Beta belum diketahui secara pasti tingkat penularannya.

Selain keempat varian tersebut, masih ada varian Covid-19 lain yang belum masuk ke Indonesia, seperti Gamma yang ditemukan di Brazil pada 2020, Lambda yang ditemukan di Peru pada Desember 2020, dan Kappa yang ditemukan di India pada Oktober 2020.

2.7 Masyarakat

Secara umum pengertian masyarakat adalah sekumpulan individu-individu/ orang yang hidup bersama, masyarakat disebut dengan “*society*” artinya adalah interaksi sosial, perubahan sosial, dan rasa kebersamaan,

berasal dari kata latin *socius* yang berarti (kawan). Istilah masyarakat berasal dari kata bahasa Arab *syarakayang* berarti (ikut serta dan berpartisipasi).

Dengan kata lain pengertian masyarakat adalah suatu struktur yang mengalami ketegangan organisasi maupun perkembangan karena adanya pertentangan antara kelompok-kelompok yang terpecah secara ekonomi.

Menurut Emile Durkheim (dalam Soleman B. Taneko, 1984: 11) bahwa masyarakat merupakan suatu kenyataan yang obyektif secara mandiri, bebas dari individu-individu yang merupakan anggota-anggotanya, masyarakat sebagai sekumpulan manusia yang hidup bersama, bercampur untuk waktu yang cukup lama, mereka sadar bahwa mereka merupakan suatu kesatuan dan mereka merupakan suatu system hidup bersama.

Masyarakat merupakan manusia yang hidup bersama, hidup bersama dapat diartikan sama dengan hidup dalam suatu tatanan pergaulan dan keadaan Ini akan tercipta apabila manusia melakukan hubungan.

Mac Iver dan Page (dalam Soerjono Soekanto 2006: 22), mengatakan bahwa masyarakat adalah suatu system dari kebiasaan, tata cara, dari wewenang dan kerja sama antar berbagai kelompok, penggolongan, dan pengawasan tingkah laku serta kebiasaan-kebiasaan manusia. Masyarakat merupakan suatu bentuk kehidupan bersama untuk jangka waktu yang cukup lama sehingga menghasilkan suatu adat istiadat

Menurut Ralph Linton (dalam Soerjono Soekanto, 2006: 22) masyarakat merupakan setiap kelompok manusia yang telah hidup dan bekerja bersama cukup lama, sehingga mereka dapat mengatur diri mereka dan menganggap diri mereka sebagai suatu kesatuan sosial dengan batas-batas yang dirumuskan dengan jelas.

Masyarakat menurut Selo Soemardjan (dalam Soerjono Soekanto, 2006: 22) adalah orang-orang yang hidup bersama yang menghasilkan kebudayaan dan mereka mempunyai kesamaan wilayah, identitas, mempunyai kebiasaan, tradisi, sikap, dan perasaan persatuan yang diikat oleh kesamaan. Dari sini dapat disimpulkan bahwa masyarakat merupakan sekumpulan manusia yang berinteraksi dalam suatu hubungan sosial. Mereka mempunyai kesamaan budaya, wilayah, dan identitas, mempunyai kebiasaan, tradisi, sikap, dan perasaan persatuan yang diikat oleh kesamaan.

